

Henna Lauhikari

KURSSITOIMINTA OSANA MAISEMASUUNNITTELUYRITYSTÄ

KURSSITOIMINTA OSANA MAISEMASUUNNITTELUYRITYSTÄ

Henna Lauhikari
Opinnäytetyö
Kevät 2015
Maisemasuunnittelun koulutusohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu

Maisemasuunnittelun koulutusohjelma, viheraluesuunnittelun suuntautumisvaihtoehto

Tekijä: Henna Lauhikari

Opinnäytetyön nimi: Kurssitoiminta osana maisemasuunnitteluyritystä

Työn ohjaaja: Pekka Kokkonen

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2015 Sivumäärä: 29 + 4 liitettä

Opinnäytetyössä tutkitaan kurssitoimintaa yhtenä maisemasuunnitteluyrityksen palvelumuotona. Opinnäytetyön tekijä omistaa yrityksen, joka jatkossa tarjoaa piha- ja maisemasuunnittelun sekä tilauskukkasidonnain lisäksi puutarha- ja kukkasidonta-aiheisia kursseja. Työssä selvitetään uuden toiminnan mahdollisuuksia yrityksen toiminta-alueella. Tämä tarkoittaa markkinatutkimusta eli kysynnän, asiakasryhmien ja toivottujen kurssien aihealueiden kartoittamista sekä toiminnan vaatimien käytännön järjestelyiden selvittämistä. Opinnäytetyön tarkoituksena oli myös kehittää yrityksen markkinointia ja tehostaa sitä kurssitoiminnan avulla. Tavoitteena oli, että valmis opinnäytetyö toimii ohjeena kursseja järjestettäessä ja siinä esitetään valmistelut kurssitoiminnan aloittamista varten.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä käytetään teorian tiedon tutkimisen lisäksi kvalitatiivista markkinatutkimusta suullisten haastatteluiden ja kirjallisten kyselyiden avulla. Suulliset haastattelut olivat vapaamuotoisia keskusteluja ja kirjallinen kysely oli puolistrukturoitu. Lisäksi tutkimusmenetelmänä käytettiin testikurssia, joka järjestettiin opinnäytetyöprosessin loppuvaiheessa. Testikurssin avulla kurssin järjestämistä ja kyselyä saatuja tuloksia kokeiltiin käytännössä. Testikurssin osallistujilta saatiin palautetta, joka oli aineistoa lopullisiin tuloksiin ja johtopäätöksiin.

Opinnäytetyön tuloksia ovat yrityksen markkinointia kehittävät asiakassuhde- ja markkinoinnin toimet sekä markkinatutkimuksen ja testikurssin tulokset. Opinnäytetyössä esitetään yritykselle soveltuvia toimenpiteitä, joilla markkinointia voidaan kehittää ja tehostaa. Markkinatutkimuksen tuloksena selvisi kysyntä, asiakasryhmät, toivotut kurssien aiheet sekä ohjeistus kurssien käytänteistä ja organisoinnista. Testikurssin tuloksena selvisi markkinatutkimuksen tulosten olleen toimivia ja lisäksi saatiin uusia, vahvistavia tuloksia kurssitoiminnan kysynnälle ja kurssien järjestämiselle. Kaikista tuloksista johtopäätöksenä todetaan, että kursseille on alueella kysyntää ja ne on kannattavaa ottaa osaksi yrityksen palveluita. Kannattavan palvelumuodon lisäksi ne toimivat tehokkaana tunnettavuuden lisääjänä ja markkinoinnin tehostajana.

Asiasanat: kurssimuotoinen opetus, markkinatutkimus, asiakassuhde, puutarhaneuvonta, floristiikka

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme in Landscape Planning, option of Landscape Planning

Author: Henna Lauhikari
Title of thesis: Courses as part of landscape planning company
Supervisor: Pekka Kokkonen
Term and year when the thesis was submitted: Spring 2015 Pages: 29 + 4

The author of the thesis has a company which offers landscape planning and flower arrangement services. Now it is time to offer a new service, course activities. A new service requires a lot of work in advance. This thesis examines the possibilities of courses. Before the provision of the service it is necessary to find customers, demand, course topics and practical measures. It is the objective of this thesis. The second objective is to develop and enhance marketing. At the moment there are deficiencies in the marketing. The main objective is to prepare courses and guidelines for the organization of courses.

The research method of the thesis is qualitative research. The material is collected in the discussions and by written questionnaire. The test course is also a research method. The test course means the organization of the course in practice. The participants have given feedback which is material for the results.

The thesis presents enhancement and development of customer relationship marketing. The company developed a customer loyalty system and marketing targeted and individually tailored to suit each customer. The qualitative research results showed customer groups, the demand for courses, the expected topics and instructions for the organization and the structure of the courses. The test course showed high demand and good practices. To all appearances courses are a profitable business. The company is better known by means of courses and marketing is more effective.

Keywords: marketing, customer service, advisory service in horticulture

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 PUUTARHAKURSSIEN JÄRJESTÄJÄT MERI-LAPISSA	8
2.1 Kivalo-opiston ja Tornion kansalaisopiston kurssit	8
2.2 T:mi Henna Lauhikari	9
3 MARKKINATUTKIMUS UUDELLE KURSSITOIMINNALLE	10
3.1 Kysynnän kartoittaminen	10
3.1.1 Kysyntä suullisten haastatteluiden perusteella	11
3.1.2 Kysyntä kyselylomakkeen perusteella	11
3.2 Kurssit markkinointikeinona	12
4 ASIAKKAAT	13
4.1 Asiakassuhdemarkkinointi	13
4.1.1 Olemassa olevat asiakkaat	14
4.1.2 Potentiaaliset asiakkaat	14
4.2 Kanta-asiakkuus	15
5 TOIVOTUT KURSSIEN AIHEET	17
5.1 Puutarha-aiheisten kurssien toivotuimmat aiheet	17
5.2 Kukkasidontakurssien toivotuimmat aiheet	18
6 KURSSITOIMINNAN TOTEUTTAMINEN	19
6.1 Ajankohta ja kesto	19
6.2 Hinta	20
6.3 Kurssin rakenne ja organisointi	20
7 TESTIKURSSI	22
7.1 Testikurssin sisältö	22
7.2 Testikurssin yhteenveto	23
8 POHDINTA	26
LÄHTEET	28
LIITTEET	29

1 JOHDANTO

Monipuolisella viheralalla on paljon mahdollisuuksia uusille palveluille, tuotteille ja toimintatavoille. Kurssitoiminta on uusi toimintatapa ja palvelumuoto, joka lisää paitsi yksittäisen yrityksen, myös koko viheralan tunnettavuutta, arvostusta ja vetovoimaisuutta. Opinnäytetyössä tutkitaan kurssitoiminnan mahdollisuuksia, lähtökohtia ja toimivia käytänteitä maisemasuunnitteluyrityksessä. Opinnäytetyön tekijä omistaa piha- ja maisemasuunnittelua sekä kukkasidontaa tarjoavan yrityksen, jonka on jatkossa tarkoitus tarjota myös puutarha- ja kukkasidonta-aiheisia kursseja. Opinnäytetyölle on näin ollen selkeä tarve työelämässä ja työ hyödyttää tekijäänsä erittäin paljon antamalla tietoa ja vastauksia kysymyksiin, joita uusi tarjottava palvelumuoto synnyttää.

Viheralalla on kurssitoiminnan kannalta monia vahvuuksia. Viheralalla on myönteinen imago, hyvinvointivaikutuksia ja ympäristön viihtyisyyttä arvostetaan. Alaa pidetään myös monivaikutteisena ja toimijoiden osaamista korkeatasoisena. Viheralan mahdollisuutena on kasvava toiminta, sillä varsinkin harrastetoiminta kasvaa. Muita mahdollisuuksia ovat toimintakentän laajentaminen ja palveluiden kehittäminen asiakaslähtöisesti. (Viherympäristöliitto 2008, viitattu 21.10.2014.) Näiden vahvuuksien rohkaisemana opinnäytetyössä tutkitaan kurssitoimintaa yhtenä maisemasuunnitteluyrityksen palvelumuotona.

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää kurssitoiminnan kysyntää, asiakasryhmiä ja haluttuja kurssien aiheita yrityksen toiminta-alueella Meri-Lapissa. Lisäksi tarkoituksena on selvittää kurssien toteuttamisen vaatimat käytännön järjestelyt. Tavoitteena on myös löytää keinoja opinnäytetyön tekijän yrityksen palveluiden markkinoinnin kehittämiseen ja tehostamiseen kurssitoiminnan avulla. Kurssitoiminnan kannattavuutta on aiemmin tutkittu opinnäytetyön tekijän yritykselle laaditussa liiketoimintasuunnitelmassa. Liiketoimintasuunnitelmassa ilmenee kyseisen palvelun olevan kaikkein vähätuottoisin. Se kuitenkin tukee yrityksen muita palveluja ja toimii erinomaisena markkinointikeinona yritykselle, joten se on järkevää ottaa toimintaan mukaan. Markkinoinnin ja asiakassuhteiden kehittämisessä on kuitenkin puutteita, joten opinnäytetyössä perehdytään myös asiakassuhdemarkkinointiin ja sen kehittämiseen yrityksessä.

Kurssitoiminnan kysyntää, asiakasryhmiä, toivottuja kurssien aiheita ja mielipiteitä käytännön järjestelyistä selvitettiin opinnäytetyössä suullisten haastatteluiden ja puolistrukturoidun, kirjallisen kyselylomakkeen avulla. Lisäksi tutkimusmenetelmänä käytettiin testikurssia, joka toteutettiin käytännössä. Sen avulla pystyttiin kokeilemaan kurssin järjestämistä ja saatiin kokemuksia sekä palautetta todellisilta osallistujilta. Näiden menetelmien pohjalta koostettiin tulokset ja johtopäätökset.

2 PUUTARHAKURSSIEN JÄRJESTÄJÄT MERI-LAPISSA

Kursseja järjestettäessä järjestäjän on tärkeä tietää kurssitoiminnan nykytilanne ja jo olemassa oleva tarjonta alueella. Tällöin omaa kurssitarjontaa osataan suunnitella erilaiseksi, houkuttelevammaksi ja muita täydentäväksi. Kursseja järjestävät tahot ovat kilpailijoita uudelle kurssinjärjestäjälle, joten nykytilanteen ja tarjonnan tutkiminen on kuin kilpailija-analyysin tekoa. Jo tarjolla olevien kurssien sisällön, hintatason, ajankohtien ja organisoinnin selvittäminen auttaa oman toiminannon suunnittelussa ja toteuttamisessa. Omaa toimintaa muihin vertaamalla voidaan keksiä keinoja erottautua joukosta. Nämä ovat perusedellytyksiä menestyvälle toiminnalle.

2.1 Kivalo-opiston ja Tornion kansalaisopiston kurssit

Kemin, Keminmaan, Simon ja Tervolan alueella toimii Kivalo-opisto. Se on kansalaisopisto, joka tarjoaa monia harrastuskursseja alueen asukkaille. Yhtenä aihealueena kurssitarjonnassa ovat puutarhatalouteen liittyvät kurssit. Kivalo-opiston opinto-oppaassa on esitelty kolme puutarha-aiheista kurssia. Niitä ovat Kaunis ja viihtyisä kotipiha, Hoitavat yrtit ja Helppo hyötytarha luomumenetelmin. Lisäksi tarjolla on Muut kädentaidot -osion alla kurssit nimeltä Paju ja muut luonnonmateriaalit sekä Sammaleesta koristeeksi. Viimeksi mainitut kurssit luokituvat kukkasidonnan piiriin. (Kivalo-opisto 2014, 88, 94, 124–125.)

Kaunis ja viihtyisä kotipiha, Hoitavat yrtit ja Helppo hyötytarha luomumenetelmin -kurssit ovat kukin erikseen kokonaiskestoltaan noin seitsemän oppituntia. Kurssit pidetään torstai-iltaisina ja kokoontumiskertoja on kolme peräkkäisinä viikkoina. Kurssimaksu on 30,00 euroa ja maksimiosallistujamäärä 40 henkilöä. (Kivalo-opisto 2014, 124–125.)

Paju ja muut luonnonmateriaalit -kurssi kestää koko syyslukukauden ja se pidetään tiistai-iltaisina. Oppitunteja on yhteensä 39 ja kurssimaksu on 31,00 euroa. Osallistujia kurssilla voi olla enintään 15. Pajun lisäksi kurssilla tehdään koristeita koivusta, varvusta ja sammalesta. (Kivalo-opisto 2014, 88.)

Sammaleesta koristeeksi -kurssi kestää yhden lauantaipäivän. Se on yhteensä kuusi oppituntia ja kurssimaksu on 20,00 euroa. Kurssille voi osallistua enintään 10 henkilöä. Sammaleesta koristeeksi -kurssille pyydetään ottamaan omat sammalet mukaan. Muilla kursseilla materiaalit sisältyvät kurssimaksuun. (Kivalo-opisto 2014, 94.)

Tornion kansalaisopisto tarjoaa puutarhatalouteen liittyen kolmea pihasuunnittelukurssia. Kurssien nimet ovat Pihasuunnittelun ABC – Vanhasta uutta, Pihasuunnittelun ABC – Uudesta pihasta unelmien puutarha sekä Pihasuunnittelun ABC – Istutussuunnitelma. Kurssit ovat kahden päivän mittaisia ja ne pidetään lauantaisin ja sunnuntaisin päivällä. Kunkin kurssin kokonaiskesto on 12 - 14 oppituntia. Kurssimaksu on 48,00 - 52,00 euroa ja maksimiosallistujamäärä 12 henkilöä. Kursseille pyydetään ottamaan mukaan omien muistiinpanovälineiden lisäksi asemapiirros tai mitat omasta pihasta sekä halutessa valokuvia. (Tornion kansalaisopisto 2014, viitattu 9.9.2014.)

2.2 T:mi Henna Lauhikari

Opinnäytetyön tekijä harjoittaa liiketoimintaa toiminimellä Henna Lauhikari. Yritys perustettiin vuoden 2013 tammikuussa ja sen toiminta-alue sijoittuu Meri-Lappiin, Kemi-Tornio alueelle. T:mi Henna Lauhikari tarjoaa palveluinaan piha- ja maisemasuunnittelua, suunnitelmien toteutusta sekä tilauskukkasidontaa. Jatkossa yritys tarjoaa myös puutarha- ja kukkasidonta-aiheisia kursseja harrastelijoille. Yrittäjä on koulutukseltaan puutarhuri, floristi ja vuoden 2015 tammikuusta lähtien maisemasuunnitteluhortonomi.

Yritys työllistää tällä hetkellä sivutoimisesti yhden henkilön, yrittäjän itsensä. Toiminta on opiskelun vuoksi sivutoimista. Yrityksen varsinainen toiminta aloitetaan vuoden 2015 alusta lähtien, jolloin myös kurssitoiminta aloitetaan aktiivisesti. Yrityksellä ei vielä ole toimitiloja, eikä se ole mainostanut itseään. Toimeksiantoja yrityksellä on ollut tähän mennessä noin kymmenen vuodessa.

3 MARKKINATUTKIMUS UUDELE KURSSITOIMINNALLE

Kurssitoiminnan markkinoita selvitettiin opinnäytetyössä markkinatutkimuksella. Markkinatutkimus auttaa ymmärtämään yrityksen markkinoita ja sen taustatekijöitä. Se auttaa profiloimaan asiakaskuntaa, jolloin palvelua osataan tarjota oikealle kohderyhmälle. Markkinatutkimuksella saadaan tietoa asiakkaiden tarpeista ja toiveista ennen palvelun lanseeraamista. Tutkimuksen avulla voidaan saada selville myös toiminnan heikkouksia, joihin ehditään reagoida ennen palvelun tarjoamista. Markkinatutkimus vähentää riskejä ja lisää kustannustehokkuutta sekä helpottaa markkinointia jatkossa. (First Round Oy 2014, viitattu 2.10.2014.)

Tutkimusote markkinatutkimuksessa oli kvalitatiivinen. Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa haastateltiin suullisesti ja kirjallisen kyselyn avulla valittuja yksilöitä ja tulkintaa tehtiin koko tutkimusprosessin ajan. Opinnäytetyön tekijä pyrki vuorovaikutukseen haastateltavien kanssa välttämättä vaikuttamasta heidän näkemyksiinsä. Saatuja tuloksia järjestettiin ja pyrittiin ymmärtämään vastausten käsittelyvaiheessa. Tutkimuksessa ei ollut kriittisiä pisteitä eikä aineiston totuudellisuudella ollut merkitystä. (Kurkela 2014, viitattu 2.10.2014.)

3.1 Kysynnän kartoittaminen

Kysynnän kartoittamiseksi alueen naisasukkaille tehtiin haastatteluja suullisesti ja aineistoa kerättiin kirjallisesti kyselylomakkeella (liite 2). Haastattelut ja kysely toteutettiin lokakuun 2014 aikana. Suulliset haastattelut olivat vapaamuotoisia keskusteluja, kirjallinen kysely oli puolistrukturoitu paperinen kyselylomake. Haastatteluissa ja kyselyssä oli vastaajia yhteensä 35 henkilöä. Suulliseen haastatteluun osallistui 10 henkilöä ja kirjalliseen kyselyyn osallistui 25 vastaajaa. Otanta ei ollut täysin satunnainen, vaan haastateltaviksi ja kyselyyn vastaajiksi valittiin pääsääntöisesti 20 - 60-vuotiaita naisia. Otannan rajausta perustuu olettamukseen heidän olevan potentiaalisin asiakasryhmä.

3.1.1 Kysyntä suullisten haastatteluiden perusteella

Suullisiin haastatteluihin osallistuneet henkilöt tavoitettiin opinnäytetyön tekijän asuinalueelta ja tuttavapiiristä. Heiltä kysyttiin halukkuutta osallistua lyhyeen keskustelutuokioon. Opinnäytetyön tekijä esitteli kurssitoimintaa ja kysyi haastateltavilta mielipiteitä aiheesta. Keskustelu oli vapaamuotoinen, mutta kysymykset mukailivat kyselylomakkeen kysymyksiä. Suullisia haastatteluja ei tallennettu nauhoittamalla, vaan haastatteli ja teki keskusteluista muistiinpanoja.

Suullisten haastatteluiden perusteella kursseille olisi runsasta kysyntää alueella. Kurssitoiminnasta kerrottaessa kaikki olivat hyvin kiinnostuneita ja innostuneita toiminnasta. Useat kannustivat aloittamaan kurssitoimintaa ja olivat valmiita osallistumaan kursseille. Haastateltavista viisi ilmaisi halukkuutensa osallistua testikurssille.

Suullinen haastattelu toimii kirjallisen kyselyn tukena. Suullista haastattelua yksistään ei voi pitää riittävän luotettavana tutkimustapana. Keskustelu oli haastattelijan johdateltavissa ja näin ollen vastaukset saattoivat olla johdateltuja ja epärehellisiä. Koska keskusteluja ei tallennettu, tulokset olivat vain opinnäytetyön tekijän tulkinnan varassa. Tämän vuoksi kysynnän tutkimus painottui kirjalliseen kyselylomakkeeseen.

3.1.2 Kysyntä kyselylomakkeen perusteella

Kirjallinen kysely oli paperinen lomake. Kyselyn mukana oli saatekirje (liite 1) ja vastauskuori. Vastaajat olivat yhtä lukuun ottamatta naisia. Heidät tavoitettiin opinnäytetyön tekijän tuttavapiirin kautta. Opinnäytetyön tekijän tuttavat jakoivat kyselylomakkeita saatekirjeineen työpaikoillaan ja keräsivät vastaukset vastauskuoreen. Vastauskuoren täytettyine kyselyineen he palauttivat opinnäytetyön tekijälle. Vastauksia saatiin esimerkiksi torniolaisen koulun henkilökunnalta sekä vaatekutsujen osallistujilta Kemistä. Kyselylomakkeita jaettiin yhteensä 38 ja vastauksia saatiin 25. Vastaajat olivat pääsääntöisesti tuntemattomia.

Kyselyssä kysyttiin kiinnostusta puutarha-aiheisia kursseja ja kukkasidontakursseja kohtaan vastausvaihtoehdoilla kiinnostaa paljon, jonkin verran ja ei lainkaan. Valtaosa vastaajista vastasi olevansa jonkin verran kiinnostunut kummas-

takin aiheesta. Kolme vastaajaa ilmaisi olevansa kiinnostunut paljon kukkasidontakursseista ja kaksi puutarhakursseista. Neljä vastaajaa ei ollut lainkaan kiinnostunut puutarhakursseista ja kolme ei ollut kiinnostunut kukkasidontakursseista.

Yhteenvetona voi todeta kursseille olevan riittävästi kysyntää. 10 vastaajaa antoi yhteystietonsa, vaikka kyselyn sai tehdä nimettömänä. Nämä vastaajat antoivat myös luvan yhteydenottoihin tuleviin kursseihin liittyen. Moni vastaajista tiedusteli, milloin ensimmäinen kurssi järjestetään ja ilmaisi halukkuutensa osallistua. Myös vapaalle palautteelle oli tilaa kyselyssä ja usea oli antanut kannustavaa palautetta. ”Olisi ihanaa osallistua kurssille ja saada uutta tietoa”, eräs vastaajista kirjoittaa.

3.2 Kurssit markkinointikeinona

Kurssien tarkoituksena on tuottavan palvelumuodon lisäksi toimia tehokkaana markkinointikeinona yrityksen muille palveluille. Kursseja tarjotaan aiheiden kysynnän mukaan, mutta myös sen mukaan, mitä halutaan jatkossa myydä. Puutarha-aiheiset kurssit ovat yksi myyntikanava pihasuunnitelmille ja niiden toteuttamiselle. Kukkasidontakurssit ovat puolestaan myyntikanava kukkasidontapalveluille. Kurssit lisäävät myös yrityksen yleistä tunnettavuutta sekä asiantuntija -imagoa.

Suoritetussa kyselyssä ilmeni asiakkaiden toivovan helppohoitoisen pihan suunnitteluun, toteuttamiseen ja hoitoon liittyviä kursseja. Näiden kurssien osallistujat ovat otollinen kohde myös pihasuunnitelmien tarjoamiselle. Kursseille osallistuville asiakkaille laaditaan houkuttelevia tarjouksia pihasuunnittelusta ja suunnitelman tilanneelle annetaan edelleen houkutteleva tarjous pihan rakentamisesta ja toteuttamisesta. Myös konsultointipalveluja voi markkinoida kurssien kautta. Kukkasidontakurssien osallistujille sopiva markkinointikeino jatkomyyntiin on etukuponki seuraavaan kukkasidontatyön tilaukseen.

4 ASIAKKAAT

Hyvät ja toimivat asiakassuhteet ovat yrityksen menestymisen perusedellytys, eikä niiden merkitystä tule väheksyä. Yritystoiminta ei tule menestymään ilman pitkäaikaisia ja tyytyväisiä asiakkaita. Yrityksellä on jo olemassa olevia asiakkaita ja lisäksi täytyy löytää potentiaaliset asiakkaat. Nykyisiä ja tulevia asiakassuhteita on tarpeellista hoitaa ja kehittää asiakassuhdemarkkinoinnin avulla.

4.1 Asiakassuhdemarkkinointi

”Asiakassuhdemarkkinointi on kokonaisuus, jolla yritys luo, ylläpitää ja kehittää jatkuvasti asiakassuhteitaan lähtökohtanaan arvon tuottaminen asiakkaalle, asiakkuuksien kannattavuus ja molempien tyytyväisyys” (Bergström & Leppänen 2014, 6). Asiakkaiden tunteminen, heistä huolta pitäminen ja asiakastyytyväisyys ovat avainasioita pitkäaikaiseen asiakkuuteen ja edellytyksiä sen kehittämiselle. Nämä seikat omaksuttuaan on helpompi rakentaa optimaalista asiakassuhdetta.

Yritykselle parhaiten soveltuvaa asiakassuhdemarkkinointia on täsmämarkkinointi. Tässä tapauksessa se tarkoittaa yksittäiselle asiakkaalle räätälöityä tarjontaa ja markkinointiviestintää. Tämä on mahdollista silloin, kun asiakaskunta on pieni ja se tunnetaan hyvin. Yritys ja sen palvelut pidetään asiakkaan mielessä myös ostojen välillä. Asiakassuhteen hoitaminen on kahdenkeskeistä, eivätkä kilpailijat tiedä asiakkaan saamista eduista. Henkilökohtaisesti räätälöity viestintä kielii myös yksilöllisestä palvelusta ja näin luottamuksellinen asiakassuhde pääsee syntymään. (Bergström & Leppänen 2014, 7.)

Kyseessä olevan yrityksen tavoitteena on saada asiakassuhteista pitkäaikaisia, eikä vain yhden toimeksiannon mittaisia suhteita. Yrityksellä on useita palveluita, jotka kaikki tukevat toisiaan. Optimaalisessa ja tavoitellussa tapauksessa asiakas ostaa ensin yhden palvelun, sitten toisen ja lopulta haluaa käyttää kaikkia palveluita. Asiakkaan liittyessä kanta-asiakkaaksi syntyy pysyvä asiakassuhde. Ennen optimaalisen tilanteen syntyä on kuitenkin selvitettävä, miten päämäärä saavutetaan ja pidetään yllä. Myös kanta-asiakkuuteen liittyvät toimet on selvitettävä.

Pitkäaikaisen asiakkuuden edut on myös syytä muistaa. Yhden pitkäaikaisen asiakkaan on tutkittu olevan yritykselle monin verroin parempi kuin monta yksittäisasiakasta. Pitkäaikaiset asiakkaat tuovat säännöllistä tuloa ja jatkuvuutta yrityksen toiminnalle. He ovat myös tehokkaita mainostajia kertoessaan saamistaan palveluista muille. Hyvät kokemukset koetaan luotettavampana mainontana kuin mainonta mediassa. Lisäksi luottoasiakkaat alkavat hyvää palvelua saatuaan kiinnittää enemmän huomiota laatuun kuin hintaan. (Pulkka 2012, viitattu 3.10.2014.)

4.1.1 Olemassa olevat asiakkaat

Yrityksen vanhat asiakkaat muodostavat tärkeän pohjan toiminnalle. Tällä hetkellä yrityksellä on noin 10 asiakasta, joiden tiedot on kirjattu asiakasrekisteriin. Neljän asiakkaan kanssa yhteistyö on jatkuvaa, muiden kanssa asiakkuus on tällä hetkellä yhden toimeksiannon mittainen. Heistä pyritään saamaan kantaasiakkaita, jotka käyttävät palveluita myös jatkossa ja suosittelevat niitä muille.

Olemassa olevia asiakassuhteita tulee ylläpitää ja hoitaa aktiivisesti. Tämä tarkoittaa aktiivisuutta yrityksen taholta. Yrityksen tämänhetkiset asiakkaat ovat tilanneet joko pihasuunnittelu- tai kukkasidontapalvelun. Tavoitteena on saada heidät osallistumaan kurssille tai tilaamaan muita palveluita. Asiakassuhteen hoitamiseksi asiakkaisiin ollaan henkilökohtaisesti yhteydessä kysymällä kuulumisia viimeisimpään tilaukseen liittyen. Esimerkiksi pihasuunnitelman tilanneelta asiakkaalta voidaan kysyä pihan kuulumisia ja samalla ehdottaa jatko-toimenpiteitä. Yhteydenpidon lomassa asiakkaalle esitellään uusi kantaasiakasmahdollisuus.

4.1.2 Potentiaaliset asiakkaat

Yrityksen on hankittava uusia asiakkaita varmistaakseen toimintansa tulevaisuudessa. Potentiaalisten asiakkaiden löydyttyä heille välitetään tietoa yrityksestä ja sen palveluista esimerkiksi esitteiden avulla. Heidän asenteisiinsa pyritään vaikuttamaan niin, että syntyy kiinnostusta ja kokeilunhalua. Tutustumistarjouksien ja positiivisten kokemusten kautta asiakkaat houkutellaan ostamaan palveluita. Asiakassuhdemarkkinoinnin avulla heidät pyritään sitomaan kanta-

asiakkaiksi. Palveluiden kehittäminen, hinnan operointi, saatavuuden varmistaminen ja hyvin kohdennettu markkinointiviestintä ovat pohja uusien asiakassuhteiden hankinnassa. (Bergström & Leppänen 2014, 17.)

Kyselylomakkeen ja havaintojen perusteella potentiaalisimpia asiakkaita yrityksen palveluille olivat 25 - 60-vuotiaat naiset. Eri-ikäisillä naisilla oli selkeästi erilaisia toiveita kurssien sisällön suhteen. Kukkasidontakursseille potentiaalisinta asiakasryhmää olivat nuoret ja keski-ikäiset naiset 25 ja 40 ikävuoden väliltä. Puutarhakursseille potentiaalisinta asiakasryhmää ovat 30 - 65-vuotiaat henkilöt. Yhteistä potentiaalisille asiakkaille on se, että he olivat työssäkäyviä.

4.2 Kanta-asiakkuus

Kanta-asiakkuudella pyritään pitämään asiakkaita ja kasvattamaan heidän ostojaan. Kanta-asiakkaille tarjotaan houkuttelevia raha- tai suhdetoimintaetuja, joista on vaikea luopua. Suhdetoimintaetu tarkoittaa esimerkiksi asiakaslehteä tai -kirjettä. Etujen on oltava kiinnostavia, monipuolisia ja omaleimaisia. Niiden on välillä vaihduttava, jotta asiakkaat eivät kyllästy. Joskus on hyvä tarjota myös yllätysetuja. Lisäksi kanta-asiakkuuden on oltava oikeudenmukaista kaikille. Huomioitavaa on myös, että kanta-asiakkuus täytyy ansaita, eikä sitä myönnetä kaikille kerta-asiakkaille. (Bergström & Leppänen 2014, 18 - 20.)

Kyseisessä opinnäytetyön tekijän yrityksessä kanta-asiakkuuden voi ansaita ylitettyään tietyn ostomäärän (300 €). Kanta-asiakkaille tarjotaan sekä raha- että suhdetoimintaetuja. Rahaedut ovat etukuponkeja ja tarjoustuotteita tai -palveluita. Kurssille osallistuvalla henkilöllä tarjotaan ilmaista kanta-asiakkuutta eli sitä ei tarvitse ansaita 300 euron ostoilla. Lisäksi tarjotaan esimerkiksi 10 prosenttia etukuponkia pihasuunnitelmaan. Edut vaihtelevat ajoittain, jotta niissä säilyy mielenkiinto. Etujen on vaihduttava myös siksi, että samat asiakkaat voivat hyötyä niistä aina uudelleen. Esimerkiksi yhdeltä kurssilta voi saada etukupongin pihasuunnitelmaan ja toiselta alennuksen sipulikukatilaukseen.

Suhdetoimintaetuna asiakkaille tarjotaan kuukausittain lähetettävää sähköistä tai paperista kanta-asiakaskirjettä. Kanta-asiakaskirje sisältää ajankohtaisia uutisia ja ideoita (taulukko 1). Se on yrittäjän itsensä kirjoittama artikkelin tapainen

kirjoitus, jossa aihe vaihtuu vuodenaikojen mukaan. Kirjoituksien teemat ovat yhteydessä yrityksen palveluihin. Ne liittyvät pihaan, puutarhaan tai kukkasidontaan. Kirjeissä mainostetaan myös tulevia kursseja. Lisäksi kanta-asiakaskirjeessä voi olla mukana tarjouksia, jotka on räätälöity täsmämarkkinoinnin tavoin asiakkaan mukaan ja hänen ostohistoriaansa hyväksikäyttäen. Alapuolella olevassa taulukossa on esitetty esimerkki yhden vuoden kanta-asiakaskirjeiden pääteemoista.

TAULUKKO 1. Yhden vuoden kanta-asiakaskirjeiden pääteemat

Kuukausi	Pääteema
Tammikuu	Puutarhan talvi
Helmikuu	Talviset asetelmat
Maaliskuu	Keväiset kranssit
Huhtikuu	Taimikasvatus
Toukokuu	Puutarhan kevättyöt
Kesäkuu	Komposti
Heinäkuu	Kivet puutarhassa
Elokuu	Sadonkorjuu ja säilöntä
Syyskuu	Syksyiset luonnonmateriaalit
Lokakuu	Sipulikukkien istutus
Marraskuu	Pihavalaistus
Joulukuu	Jouluasetelmat

5 TOIVOTUT KURSSIEN AIHEET

Kursseja järjestettäessä yksi tärkeimmistä perusasioista on tietää, mitä asiakkaat haluavat ja mistä he ovat kiinnostuneita. Kurssien aiheiden on oltava houkuttelevia asiakkaille ja heidän tarpeitaan tyydyttäviä. Parhaiten asiakkaiden toiveet voitiin selvittää kysymällä sitä heiltä itseltään. Havaintona oli kuitenkin se, etteivät asiakkaat kysyttäessä osanneet sanoa selvää aihetta, vaan heidän oli helpompi valita se valmiiksi annetuista vaihtoehdoista. Tästä syystä kyselylomakkeeseen valikoitui joukko aiheita, joihin oli havaittu kiinnostusta jo aiemmin. Aihevaihtoehdot olivat myös sellaisia, että kurssin järjestäjällä on hyvät edellytykset ja taidot opettaa niitä.

5.1 Puutarha-aiheisten kurssien toivotuimmat aiheet

Puutarhakurssien aihevaihtoehtoja olivat Puutarhan perushoito, Puutarhan trendit, Hyötypuutarha, Puutarha hyvinvoinnin lähteenä, Pohjoisen kasvit ja Kivikkopuutarha. Nämä aiheet valikoituivat asiakkaiden aikaisempien ideoiden ja kurssin ohjaajan vahvuuksien mukaan. Kurssivaihtoehdot pyrittiin valitsemaan myös niin, että ne olisivat monipuolisia ja niistä olisi mahdollisimman paljon hyötyä asiakkaalle.

Kursseista kaksi oli selvästi kiinnostavimpia. Hyötypuutarha -kurssi koettiin kaikkein mielenkiintoisimmaksi. Kahdestakymmenestäviidestä vastaajasta vain viisi ei halunnut osallistua kyseiselle kurssille. Lähes yhtä mielenkiintoisena koettiin Puutarhan perushoito -kurssi. Myös Pohjoisen kasvit ja Puutarha hyvinvoinnin lähteenä kiinnostivat aiheina ja kumpaakin kannatti kuusi vastaaja. Puutarhan trendit ja Kivikkopuutarha saivat vähiten kannatusta.

Annettujen aiheiden lisäksi muutama vastaaja ehdotti helppohoitoisen pihan suunnitteluun ja hoitoon liittyvää kurssia. Kurssitarjontaan ei ole kuitenkaan järkevää ottaa mukaan pihasuunnittelukurssia missään muodossa, sillä yritys tarjoaa yhtenä palvelunaan niitä. Aihetta voi muokata tarjontaan sopivaksi ja kurssille sopiva nimi on esimerkiksi Helppohoitoinen piha. Tällaiselle kurssille on kysyntää ja se kannattaa ottaa tarjontaan mukaan.

Yhteenvetona voi todeta kiinnostavimmiksi aiheiksi pihan perusasioihin liittyviä kursseja. Perushoito, helppohoitoisuus ja hyötykasvit kiinnostavat asiakkaita eniten. Erikoisuuksiin ja uutuuksiin asiakkaat suhtautuvat varovaisesti. Niihin liittyviä kursseja voi tarjota kokeilumielessä. Silloinkin aiheita kannattaa yhdistää. Kurssin nimi voi olla esimerkiksi Uutta ilmettä puutarhaan ja se sisältää tietoa ja ideoita mm. uusista trendeistä, kivien käytöstä, valaistuksesta ja erikoiskasveista.

5.2 Kukkasidontakurssien toivotuimmat aiheet

Kukkasidontakurssien aihevaihtoehtoja olivat Kimppujen sidonta, Kranssit, Joulukoristeet, Pajutyöt, Asetelmat ja Sidonta oman puutarhan kasveista. Nämä kaikki aiheet kiinnostivat vastaajia runsaasti. Kaikkein mielenkiintoisimmiksi koettiin Kimppujen sidonta-, Joulukoristeet- ja Pajutyöt -kurssit. Kiinnostuksensa niihin ilmaisi kymmenen vastaajaa kuhunkin aiheeseen. Myös muut aiheet saivat useita kannatuksia.

Kukkasidontakurssien aiheita kannattaa vielä kehittää ja yhdistää. Mielenkiintoisimmiksi koettuihin aiheisiin voi yhdistää jonkin muun aiheen. Kiinnostuneita voisi olla vielä enemmän, jos kurssin nimi olisi esimerkiksi Pajutyöt ja kranssit tai Kimppujen ja asetelmien sidonta. Kursseja ei ole järkevää pitää vain muutamalle osallistujalle, joten aiheita yhdistämällä saadaan samalle kurssille laajempi tarjonta ja enemmän osallistujia. Kurssien ajankohta, kesto ja hinta voi pysyä samana, vaikka aiheita yhdistettäisiinkin.

6 KURSSITOIMINNAN TOTEUTTAMINEN

Järjestäjän on ennen kurssien toteuttamista selvitettävä paras ajankohta, kesto, hinta, tapahtuman rakenne ja muut käytännön asiat. Edellä mainitut asiat rakennetaan asiakkaiden toiveiden pohjalta, jolloin kurssille osallistuminen olisi mahdollisimman helppoa. Haastattelun ja kyselyn avulla selvitettiin myös kyseisiä seikkoja. Vastaukset olivat yllättävän yksimielisiä ja johtopäätösten teko helppoa.

6.1 Ajankohta ja kesto

Kurssien pitämiselle sopivin ajankohta oli arki-iltaisin. Kyselyyn vastanneista 18 25:stä halusi osallistua kurssille arki-iltana. Vain seitsemän vastaajaa oli halukkaita tulemaan viikonloppukurssille. Lisätoiveena vastaajilla oli kurssin sijoittuminen keskelle viikkoa. Tiistai, keskiviikko ja torstai koettiin parhaimmiksi päiviksi tulla kurssille.

Vastaajien mielestä kurssin sopivin kesto oli kolme iltaa. Esimerkkinä annettu kaksi tuntia kolmena peräkkäisenä tiistai-iltana, koettiin hyvänä ja sitä kannatti 25 vastaajasta 17. Yhden illan ja koko lukukauden mittaiset kurssit saivat vähän kannatusta. Niitä kumpaakin kannatti neljä vastaajaa. Johtopäätöksenä voi todeta, ettei yhden illan tai koko lukukauden mittaisia kursseja ole järkevää järjestää. Koko lukukauden mittaiselle kurssille kertyisi liian korkea hinta, joka rajoittaisi osallistumista. Myös yhden illan kurssit olivat vastaajien mielestä liian kalliita ollakseen vain yhden illan pituisia.

Sopivin vuodenaika kurssien järjestämiselle oli selkeästi kevät. Myös syksy ja talvi sopivat usealle vastaajalle. Kesällä kursseille ei halunnut osallistua kuin yksi vastaaja. Vapaassa palautteessa vastaajat toivoivat puutarha-aiheisia kursseja keväälle ja kukkasidontakursseja syksylle ja talvelle. Tämä on myös yrityksen toiminnan kannalta kaikkein järkevintä. Erityisesti syksy ja talvi ovat hiljaista aikaa yrityksessä, joten näille ajoille on hyvä saada lisää toimintaa ja tuloja. Koska kesäaika on viheralalla kiireinen, kurssien järjestämiseen ei ole silloin riittävästi resursseja.

6.2 Hinta

Kyselylomakkeessa kysyttiin hintaa avoimella kysymyksellä. Kaikkien vastausten keskiarvoksi tuli 25 euroa yhtä kurssikertaa kohden. Keskiarvo toimii suuntaa-antavana hintana kursseille, mutta huomioon täytyy ottaa myös järjestäjän aikapanos ja tilavuokra sekä muiden kurssinjärjestäjien hinnat, jotka vaihtelevat sisällöstä riippuen 20 ja 50 euron välillä. Puutarhakurssien maksuun sisältyy kaikki, mutta kukkasidontakurssien hintaan lisätään materiaalmaksu käytettyjen materiaalien mukaan.

Opinnäytetyön tekijän yrityksen järjestämällä kursseilla kurssimaksu muodostuu seuraavaksi esitettyjen laskutoimituksien perusteella. Kurssin järjestäjä varaa kurssien valmisteluun saman verran aikaa kuin itse kurssin pitämiseen. Järjestäjän tuntihinta on 35,00 euroa. Kurssit kestävät kokonaisuudessaan kuusi tuntia ja valmisteluaikaa on kuusi tuntia, joten kursseilta tulee jäädä voittoa 420,00 euroa (12x35,00 €). Lisäksi hintaan sisällytetään tilavuokra, joka on 28,80 €/kerta eli yhteensä 86,40 € (Pietilä, haastattelu 23.10.2014). Kurssin kokonaissummaksi muodostuu näin ollen 506,40 €. Kurssille mahtuu 15 osallistujaa ja hinta yhdeltä on 33,76 € (506,40 €/15 henkilöä). Lopullinen kurssimaksu on pyöristettynä 34,00 €/henkilö.

6.3 Kurssin rakenne ja organisointi

Kyselyssä vastaajilta kysyttiin myös toiveita kurssien rakenteesta ja toteutustavasta. Suurin osa toivoi kursseilta sekä teoretietoa että harjoittelua käytännössä. Moni toivoi pelkästään harjoittelua käytännössä. Yksikään vastaaja ei halunnut kursseilta pelkkää teoretietoa. Vastauksista johtopäätöksenä voi todeta, että kursseihin tulee sisällyttää teorian opetusta, mutta pääpaino on käytännön harjoituksissa.

Kolmen kurssikerranärkevin rakenne muodostuu yhdestä teoriakerrasta ja kahdesta käytännön harjoituskerrasta. Ensimmäisellä kurssikerralla tutustutaan aiheen teoriaan. Osallistujat voivat tehdä muistiinpanoja ja lisäksi he saavat tukimateriaalia, jonka järjestäjä on valmisteellut etukäteen. Tukimateriaalit ovat esimerkiksi kirjallisia ohjeita, piirustuksia, kuvia ja lisätietovinkkejä ja -linkkejä.

Teoriakerralla kokoonnutaan esimerkiksi Kemin Majakkatalon kokoustiloihin tai muualle teoriaopetukseen soveltuvaan paikkaan.

Toisella ja kolmannella kerralla aiheeseen perehdytään käytännön harjoittelun kautta. Puutarhakursseilla tämä tarkoittaa usein kurssin sijoittumista maastoon. Harjoittelukohteena toimii kurssin järjestäjän oma piha tai kurssin aiheeseen soveltuva muu kohde. Käytännön harjoittelukerralla tehdään aiheeseen liittyviä harjoituksia teorian tietoon pohjautuen ja siihen kokoajan nojaten. Käytännön harjoitukset ovat esimerkiksi hyöty-, hyvinvointi- tai kivikkopuutarhan perustamista tai puutarhan perushoitoa todellisessa kohteessa. Kurssin järjestäjä on hankkinut paikalle tarvittavat materiaalit ja välineet. Tärkeitä materiaaleja ovat esimerkiksi kasvit, jolloin kurssilaiset pääsevät tutustumaan niihin aidosti. Puutarhakursseille voi sisältyä myös lyhyitä vierailuja. Vierailukohteita ovat esimerkiksi taimistot ja puutarhat.

Kukkasidontakursseilla käytännön harjoittelukerrat toteutetaan teoriakerran tavoin sisätiloissa. Tilaan järjestetään suuret pöydät ja jokaiselle kurssilaiselle oma työpiste. Järjestäjä hankkii materiaalit ja välineet valmiiksi tukusta tai luonnosta keräämällä. Kukkasidontatyöt pohjautuvat ensimmäisellä kurssikerralla saatuun teorian tietoon, jota kurssin ohjaaja tarvittaessa kertoo käytännön harjoittelun lomassa. Kurssilaiset saavat itse valita, minkälaisen työn tekevät ja myös materiaalit töihinsä. Materiaalimaksu muodostuu käytetyistä materiaaleista. He saavat myös viedä tekemänsä kukkasidontatyön mukanaan.

Käytännön harjoittelukertoihin sisältyy palautehetki. Se on harjoittelukerran päätteeksi sijoittuva aika, jolloin kaikkien kurssilaisten työt ja aikaansaannokset käydään läpi. Kurssin ohjaaja antaa jokaiselle osallistujalle henkilökohtaista palautetta. Ohjaaja pyrkii löytämään jokaisen tuotoksesta positiivista ja kannustavaa sanottavaa. Myös rakentavaa palautetta annetaan, joskin positiivisen palautteen kautta. Näin osallistujille jää miellyttävä tunne kurssista. Henkilökohtaisen palautteen antaminen on tärkeää myös siksi, että osallistujat tuntevat tulleensa henkilökohtaisesti huomioiduiksi kurssilla.

7 TESTIKURSSI

Testikurssi oli yksi opinnäytetyön tutkimusmenetelmistä. Se oli käytännössä toteutettu kurssi, jonka avulla kurssin järjestämistä voitiin testata ja samalla saatiin arvokasta palautetta osallistujilta jatkokehittelyä varten. Testikurssi järjestettiin 20.11.2014 klo.18.30-20.30 Kemin Majakkatalolla. Kurssin aiheena oli Joulukimput ja osallistumismaksu oli 25,00 euroa. Ilmoitus kurssista oli Lounais-Lappi ilmaisjakelulehdessä (liite 3) ja sinne ilmoittautui yhteensä 17 osallistujaa. Ilmoittautumiset tapahtuivat hyvin pian kurssi-ilmoituksen ilmestymisen jälkeen. Osallistujat olivat kaikki naisia ja asuivat Kemissä, Torniossa tai Simossa.

7.1 Testikurssin sisältö

Testikurssi alkoi yritysesittelyllä ja teoriaosuudella, joka oli ennalta valmisteltu PowerPoint -esitykseksi. Yritysesittelyssä kurssin järjestäjä esitteli itsensä, yrityksensä ja sen palvelut. Yritysesittelyllä pyritään lisäämään yrityksen tunnettaavuutta ja markkinoimaan sen palveluja. Yritysesittelyn jälkeinen teoriaosuus sisälsi kimpun sitomisen perusteet. Diaesitys koostui pääasiassa teorian tekstinä, jota havainnollistettiin kuvin ja samanaikaisesti ohjaaja teki mallikimppua. Mallikimppu eteni tekstin kanssa johdonmukaisesti vaihe vaiheelta valmiiksi asti. Valmis mallikimppu laitettiin teoriaosuuden lopuksi kiertämään osallistujille. Yritysesittely ja teoriaosuus kestivät yhteensä puoli tuntia.

Teoriaosuuden jälkeen alkoi ohjattu käytännön harjoitus. Jokainen osallistuja sai valita mieleisensä materiaalit omaa kimppua varten. Kurssin järjestäjä oli tilannut materiaalit ennalta ja valmistellut ne valmiiksi opetustilan etuosaan. Leikkokukat ja työvälineet kurssin järjestäjä hankki tukusta. Kimpun koristeet järjestäjä hankki luonnosta tai käytti omia materiaaleja ja teki itse niistä koristeita. Koristevaihtoehtoina oli käpyjä, kanelitankonippuja, sammalpalloja, joulupalloja ja rusetteja. Jokaiselle osallistujalle oli varattu yksi leikkoamaryllis ja lisäksi sai valita viisi valinnaista kukkaa sekä kolme koristetta. Leikkovihreitä oli varattu jokaiselle osallistujalle runsaasti. Materiaalivalintojen jälkeen osallistujat kokosivat itse kimpun ohjaajan kiertäessä ja neuvoessa. Kimpun sitomiseen oli aikaa tunti.

Kurssin lopuksi ohjaaja antoi jokaiselle osallistujalle henkilökohtaista palautetta sekä pyysi täyttämään palautelomakkeen (liite 4). Henkilökohtaiselle palautteelle ja palautelomakkeen täyttöön oli varattu puoli tuntia aikaa. Samalla osallistujat suorittivat myös kurssihinnan maksun tai ottivat laskun mukaansa. Kaikille osallistujille oli tehty laskut valmiiksi. Suoritetun maksun kuittaus merkittiin laskuun niiden osalta, jotka maksoivat paikan päällä ja kuitattu lasku jäi tositteeksi osallistujalle.

7.2 Testikurssin yhteenveto

Kurssi ja sen järjestäminen onnistuivat yli odotusten. Kurssin ohjaaja oli tyytyväinen kokonaisuuteen ja osallistujat antoivat erittäin hyvää palautetta. Palaute oli hyvin positiivista, mutta myös kehittämis- ja muutosehdotuksia annettiin. Eniten positiivista palautetta saivat kurssin järjestelyt, opetus, ajankohta ja materiaalit. Jokaisen osallistujan mielestä kurssi oli hyvin järjestetty, sen ajankohta oli hyvä, opetuksen taso oli hyvä ja materiaalit olivat monipuolisia, hyvälaatuisia ja niitä oli riittävästi. Kurssin sisältö vastasi kaikkien odotuksia ja jokainen osallistuja haluaisi osallistua kursseille uudestaan. Osallistujien mielestä kurssilla oli hyvää mukava ilmapiiri, hyvät vinkit sekä asiantunteva ja selkeä opetus. ”Kiitos, oli tosi mukava kurssi kaiken kaikkiaan, tätä lisää”, eräs osallistuja kirjoittaa.

Kehitysehdotuksia annettiin kurssin kestoon, osallistujamäärään, opetustilaan ja hintaan liittyen. Kuusi osallistujaa vastasi kurssin olleen kestoltaan liian lyhyt, muiden mielestä kurssin kesto oli sopiva. Kurssilaiset toivoivat enemmän aikaa kokeilla kimpun tekniikkaa, sillä testikurssilla osalle tuli kiire. Kurssin osallistujamäärää pidettiin liian suurena ja opetustilaa liian pienenä. Testikurssin opetustila oli liian pieni, kun osallistujia oli 17. Jatkossa kursseille on hankittava suurempi tila, joka on myös tarkoitukseen sopivampi. Testikurssin opetustilassa pöydät olivat pieniä, eikä siellä ollut vesipistettä. Suuret pöydät ja vesipiste olisivat helpottaneet työskentelyä. Palautteessa toivottiin myös enemmän aikaa henkilökohtaiselle opastukselle. Lisäksi kehitysehdotuksia annettiin hinnan suhteen. Useat osallistujat pitivät hintaa halpana ja olisivat valmiita maksamaan enemmän. ”Hinta voi olla korkeampikin näin hyvästä opetuksesta”, kirjoittaa yksi osallistuja palautteessa.

Kurssin ohjaaja teki osallistujien kanssa samoja havaintoja ja kehitysehdotuksia. Myös ohjaajan mielestä opetustila oli liian pieni ja aikaa oli liian vähän näin isolle ryhmälle. Ohjaaja ei mielestään ehtinyt antaa riittävästi henkilökohtaista opastusta kaikille osallistujille. Hinta oli liian alhainen kurssin työmäärään ja materiaalikustannuksiin verrattuna. Tämä oli ennalta tiedossa ja testiluonteisuuden vuoksi kurssin hinta oli suunniteltu edulliseksi.

Yhteenvedona voidaan todeta testikurssin olleen erittäin onnistunut. Osallistujat kertoivat saaneensa kurssilta paljon uutta tietoa ja he olivat tyytyväisiä kokonaisuuteen. Erityisen tyytyväisiä he olivat siihen, että saivat viedä tekemänsä kimpun mukanaan kotiin. Ohjaajan näkökulmasta kurssilla parasta oli mukava ja kannustava ilmapiiri. Vaikka suurin osa osallistujista oli toisilleen tuntemattomia, syntyi kurssilaisten kesken heti yhteenkuuluvuuden tunne. Käytännön harjoituksen lomassa osallistujat keskustelivat aktiivisesti ja jakoivat kokemuksiaan. Kaikki olivat hyvin iloisia ja kannustivat toisiaan.

Testikurssi vahvisti myös kyselyn tuloksia. Kyselyn perusteella kurssin toivotuin kesto oli kaksi tuntia kolmena iltana. Testikurssin kesto oli kaksi tuntia yhtenä iltana ja se koettiin liian lyhyeksi. Teoriaan oli varattu puoli tuntia aikaa, kimpun sitomiseen tunti ja palautteeseen puoli tuntia. Se oli liian vähän. Parempi vaihtoehto olisi järjestää kurssi kolme kertaa ja jakaa se yhteen teoriakertaan ja kahteen käytännön harjoituskertaan, kuten kyselyn perusteella pääteltiin. Tällöin teoriakerralla ehditään perehtyä aiheen teoriapohjaan ja käytännön harjoituskerroilla ehditään tehdä teorian tietoon pohjautuvia harjoituksia. Kahden harjoituskeran aikana osallistujat olisivat ehtineet sitoa kimpun useaan kertaan ja harjoitella tekniikkaa ja eri malleja. Pidempi aika mahdollistaisi myös riittävän henkilökohtaisen opastamisen jokaiselle osallistujalle. Osallistujamäärä voi pysyä samana, jos aikaa on enemmän ja opetustila on suurempi.

Testikurssin tulokset ovat käytännön kannalta erittäin merkittäviä, sillä sieltä saadut havainnot ja palautteet ovat tärkeitä toiminnan jatkokehittelyä ajatellen. Testikurssin päätuloksena todetaan kursseille olevan runsasta kysyntää alueella. Myös potentiaalinen asiakasryhmä vahvistui, sillä se osoittautui samaksi kuin kyselyn perusteella päätelty potentiaalinen asiakasryhmä. Kurssin osallistujat

olivat kaikki 25-60 -vuotiaita naisia. Kukkasidonta-aiheisten kurssien kiinnostavuus varmistui myös. Aihe koettiin erittäin mielenkiintoiseksi ja osallistujat olivat halukkaita osallistumaan kursseille uudestaan.

Vapaassa palautteessa osallistujat toivoivat saavansa kursseille jatkoa. ”Uusi kurssi pian”, toivoo eräs osallistujista. ”Tulen toistekin, jos järjestät uudestaan”, kirjoittaa toinen. Osallistujat toivoivat aiheiksi luonnonkukka-, kevätkimppu- ja kukka-asetelmakurssia sekä vaihtuvilla teemoilla toteutuvia sesonkikursseja. Lisäksi toivottiin teorian tiedon opetusta, esimerkiksi värioppia. Useimmat osallistujista antoivat omat yhteystiedot jatkokursseista tiedottamista varten.

8 POHDINTA

Tarve opinnäytetyölle Kurssitoiminta osana maisemasuunnitteluyritystä perustuu opinnäytetyön tekijän omaan yritysideaan ja sen kehittämiseen. Kurssitoiminta yhtenä palvelumuotona vaatii toimiakseen paljon etukäteistyötä ja selvittelyä. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää nämä seikat ja tutkia, miten kurssitoimintaa voidaan käyttää markkinoinnissa hyväksi ja miten koko yrityksen markkinointia voidaan tehostaa. Ennen toiminnan aloittamista opinnäytetyön avulla selvitettiin kurssitoiminnan kysyntä, asiakasryhmät ja toivotut aihealueet sekä kurssien organisointi ja käytännön järjestelyt. Opinnäytetyö antoi selkeät suuntaviivat kurssien järjestämiselle ja jatkossa kursseja on helppo toteuttaa opinnäytetyön toimiessa ohjeena. Vaikka kurssien aihe muuttuu, pysyvät kurssien organisoinnin perusasiat samana.

Tutkimusmenetelminä käytetyt kysely ja testikurssi osoittautuivat toimiviksi tavoin tutkia kurssitoiminnan mahdollisuuksia, lähtökohtia ja toimivia käytänteitä. Menetelmät antoivat runsaasti opinnäytetyön tuloksiin johtanutta aineistoa. Työn tekijä on kuitenkin työskennellyt koko tutkimusprosessin ajan yksin ja näin ollen myös tulokset ovat kapeakatseisia. Tutkimuksen luotettavuutta olisi lisännyt suurempi ohjausryhmä, jossa havaintoja ja päätelmiä olisi ollut tekemässä useampi henkilö. Tällöin tulokset eivät olisi vain yhden henkilön näkemyksen rakentamia.

Opinnäytetyötä oli mielekästä työstää, sillä sen hyöty työelämään ja yrityksen toimintaan oli merkittävä. Opinnäytetyö antaa selkeät ohjeet, joiden pohjalta toimiminen helpottaa käytännön työtä. Mielenkiintoista on myös nähdä yrityksen tulevaisuus, sillä opinnäytetyön merkittävimmät tulokset nähdään vasta pitkällä aikavälillä yrityksen tulevassa toiminnassa. Opinnäytetyön tuloksena syntyneitä, omassa luvussa esitettyjä, asiakassuhdemarkkinoinnin keinoja hyväksikäyttämällä yritys voi tehostaa ja kehittää markkinointiaan ja toimintatapojaan. Näin ollen opinnäytetyön tuloksia saavutetaan tulevaisuudessa eikä niistä vielä voi tehdä täydellistä yhteenvetoa.

Seuraava vaihe kurssitoiminnan toteuttamisessa on sen kehittäminen ja tuotteistaminen pidemmälle. Kursseja voi tuotteistaa esimerkiksi kurssipaketeiksi, joita tarjotaan yrityksille. Myös sosiaalinen media kannattaa hyödyntää ja ottaa mukaan niin kurssi- kuin koko yritystoiminnan kehityksessä ja markkinoinnissa. Yritykselle soveltuvia sosiaalisen median kanavia ovat esimerkiksi Facebook - sivusto ja yritysblogin pitäminen.

Opinnäytetyön antamin perustein kurssitoiminnan aloittaminen on turvallista toteuttaa, eikä siihen liity mittavia riskejä. Se on yrityksen kaikkia palveluja tukevaa toimintaa, joka tuottavan palvelumuodon lisäksi toimii tunnettavuuden lisääjänä, tehokkaana markkinointikeinona ja asiantuntija -imagon rakentajana yritykselle. Kurssitoiminta kannattaa kaikesta päätellen ottaa toimintaan mukaan. Kursseja tulee järjestää aktiivisesti aiheita ja teemoja vaihdellen. Näin yritys pysyy jatkuvasti näkyvillä ja asiakkaiden mielessä.

LÄHTEET

Bergström, S. & Leppänen, A. 2014. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita

First Round Oy. 2014. Markkinatutkimus. Viitattu 2.10.2014, <http://www.firstround.fi/palvelut/markkinatutkimus>

Kivalo-opisto. 2014. Kivalo-opisto opinto-ohjelma 2014–2015. Kemi: Erweko Oy.

Kurkela, R. 2014. Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot. Virsta. Viitattu 2.10.2014, <http://www.stat.fi/virsta/tkeruu/01/07/>

Pietilä, T. 2014. Järjestösihteeri, Kemin Majakkatalo. 2014. Haastattelu 23.10.2014.

Pulkka, K. 2012. Hyvän asiakassuhteen luominen ja sen tärkeys. Tiimiakatemia. Viitattu 3.10.2014, <http://esseepankki.tiimiakatemia.fi/hyvan-asiakassuhteen-luominen-ja-sen-tarkeys/>

Tornion kansalaisopisto. 2014. Kurssit. Viitattu 9.9.2014, <https://www.opistopalvelut.fi/tornio/courses.asp#pos-1-210-71981>.

Viherympäristöliitto. 2008. Viheralan tulevaisuusstrategia 2008. Viitattu 21.10.2014, http://www.vyl.fi/userData/vyl/julkaisut/viheralan-tulevaisuusstrategia_netti_paiv141108.pdf

LIITTEET

Liite 1 Saatekirje

Liite 2 Kysely

Liite 3 Kurssi-ilmoitus

Liite 4 Palautekysely

Saatekirje

Syksy 2014

Laatija: Henna Lauhikari

Oulun ammattikorkeakoulu

Maisemasuunnittelun koulutusohjelma

Maisemasuunnitteluhortonomi

Opinnäytetyön ohjaaja:

Pekka Kokkonen

[REDACTED]

[REDACTED]



Hyvä vastaanottaja

Teen opinnäytetyötä aiheesta Kurssitoiminta osana maisemasuunnitteluyritystä. Työ-
säni selvitän puutarha- ja kukkasidonta-aiheisten kurssien kysyntää ja mahdollisuuksia
Meri-Lapin alueella. Samalla kartoitan asiakasryhmiä, toivottuja aihealueita ja muita
kurssien järjestämiseen liittyviä seikkoja. Pyydän Teitä vastaamaan kyselyyni rastitta-
malla mielestänne sopivimman vaihtoehdon tai vastaamalla vapaamuotoisesti annet-
tuun kysymykseen. Kyselyyn vastaaminen vie noin 5 minuuttia aikaa.

Kyselyyn vastaaminen on täysin vapaaehtoista ja halutessanne voitte antaa vastaukset
nimettömänä. Käsittelen vastaukset luottamuksellisesti, eikä yksittäisen henkilön vas-
tauksia voida lopputuotoksessa tunnistaa. Halutessanne voitte antaa myös yhteystie-
dot, jolloin voin tiedottaa tulevista kursseista. Yhteystietoja en käytä opinnäytetyössäni,
enkä luovuta eteenpäin. Täytetyn lomakkeen voi palauttaa oheiseen kirjekuoreen.

Kiitos jo etukäteen vastauksestasi!

Henna Lauhikari

[REDACTED]

[REDACTED]

Rastita mielestäsi sopivat vaihtoehdot tai vastaa vapaasti annettuun kysymykseen

1. Olen kiinnostunut puutarha-aiheisista kursseista	a. paljon	b. jonkin verran	c. en lainkaan
2. Olen kiinnostunut kukkasidontakursseista	a. paljon	b. jonkin verran	c. en lainkaan
3. Haluaisin saada kursseilta	a. teoretietoa	b. harjoittelua käytännössä	c. molempia
4. Kurssin sopiva kesto olisi	a. yksi ilta (n. 3 h)	b. kolme iltaa (esim. 2 h kolmena peräkkäisenä tiistaina)	c. enemmän (koko syys- tai kevätlukukauden)
5. Sopiva hinta kursseille olisi (€/krt ilman materiaaleja)			
6. Sopiva ajankohta kurssille olisi	a. arki-ilta	b. lauantai-päivä	c. sunnuntai-päivä
7. Osallistuisin kurssille mielellä	a. keväällä	b. kesällä	c. syksyllä
			d. talvella
8. Mielenkiintoisia puutarha-aiheita ovat	a. puutarhan perushoito	b. puutarhan trendit	c. hyötypuutarha
			d. puutarha hyvinvoinnin lähteenä
9. Mielenkiintoisia kukkasidonta-aiheita ovat	a. kimppujen sidonta	b. kranssit	c. joulukoristeet
			d. pajutyöt
			e. asetelmat
			f. sidonta oman puutarhan kasveista
10. Muita mielenkiintoisia aiheita			
11. Minuun saa olla yhteydessä tuleviin kursseihin liittyen	a. Kyllä	b. Ei	
12. Vastaaajan sukupuoli	a. Nainen	b. Mies	
13. Vastaaajan ikä			
14. Vastaaajan ammatti			
15. Voit antaa halutessasi yhteystiedot	Nimi: Osoite: Puhelin:		
16. Vapaa palaute, ideat, toivomukset			

Kukkasidontakurssi

*Kemissä 20.11.2014 klo.18.30. Aiheena
joulu kimput. Hinta 25 € (sis. materiaalit).*

Ilmoittautumiset 11.11. mennessä

p. /Henna

Palautekysely

Rastita mielestäsi sopivat vaihtoehdot

Kurssi oli hyvin järjestetty	Kyllä	Ei	
Sain kurssilta uutta tietoa	paljon	jonkin verran	en lainkaan
Kurssin kesto	liian lyhyt	sopiva	liian pitkä
Kurssin osallistujamäärä	liian pieni	sopiva	liian suuri
Kurssin ajankohta	hyvä	huono mikä olisi parempi?	
Kurssin hinta	halpa	sopiva	kallis
Opetuksen taso	hyvä	parannettavaa	huono
Sain ohjausta	liian paljon	sopivasti	liian vähän
Opetustila	hyvä	huono miksi?	
Kurssin materiaalit	monipuolisia ja hyvälaatuisia	riittäviä	huonoja
Haluaisitko osallistua kursseille uudestaan?	Kyllä	Ei	
Voit antaa halutessasi yhteystiedot	Nimi: Osoite: Puhelin:		
Vastasiko kurssin sisältö odotuksiasi? Perustele			
Mikä kurssilla oli hyvää?			
Mikä kurssilla oli huonoa?			
Miten muuttaisit kurssia?			
Vapaa palaute, ideat, toivomukset			